

Метод анализа социальных сетей

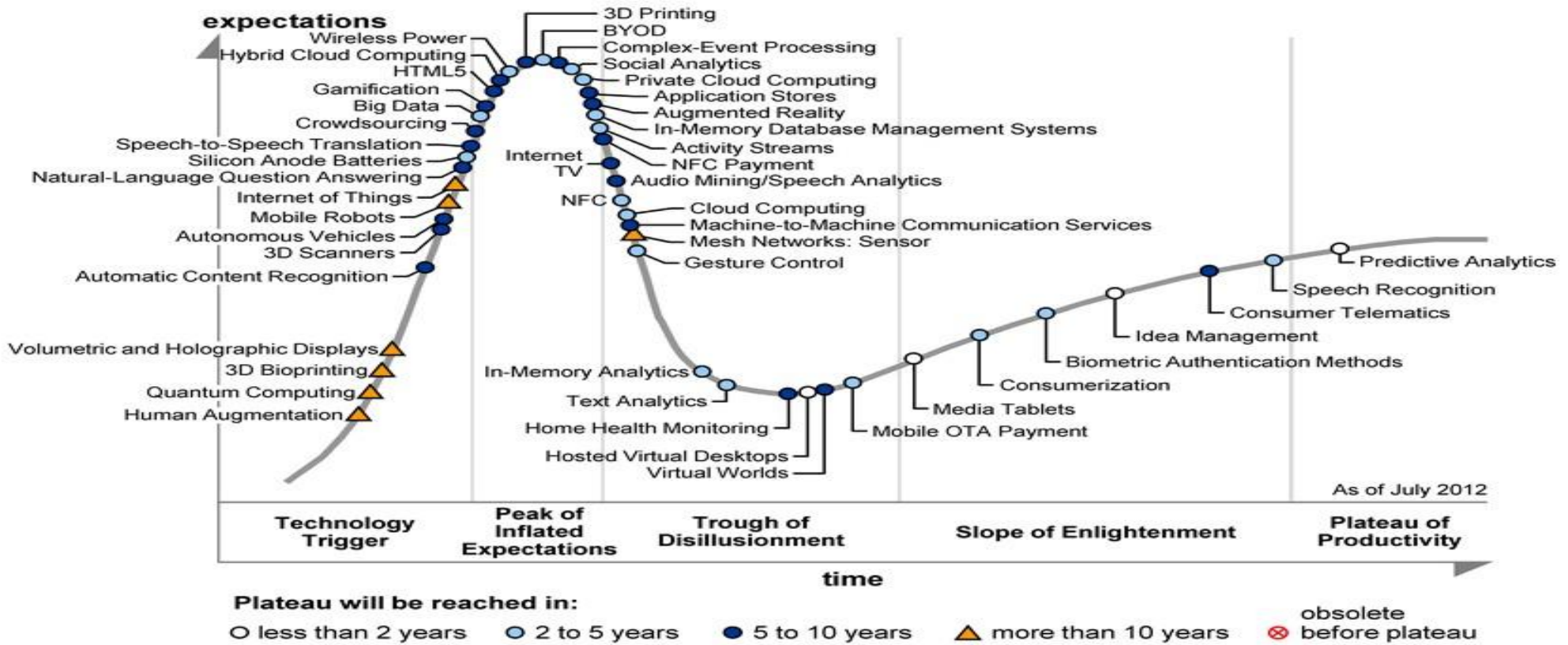
КИРЖАЕВА ДАРЬЯ

ПЫЛЕНОК МАРИЯ

Актуальность метода

- Уникальный источник данных о личной жизни и интересах реальных людей: переписка, дневники, фотоальбомы
- Проникновение во все сферы деятельности: нишевые сети IT-специалистов, трейдеров, бухгалтеров
- Социализация контента: фото, видео, музыка, новости, рецепты
- Социализация сервисов: магазины, форумы, рекомендации
- Растущий спрос на социальные сервисы, упрощающие общение и обмен информацией
- Беспрецедентные возможности для таргетированного маркетинга

Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies, 2012



Объединение множества ДИСЦИПЛИН



Теория графов

Анализ текстов на естественном языке

Информационный поиск

Машинное обучение и искусственный интеллект

Распределённые алгоритмы и системы

Теория игр

Социология и антропология

Психология

Маркетинг

Проблемы метода



Обеспечение приватности персональных данных

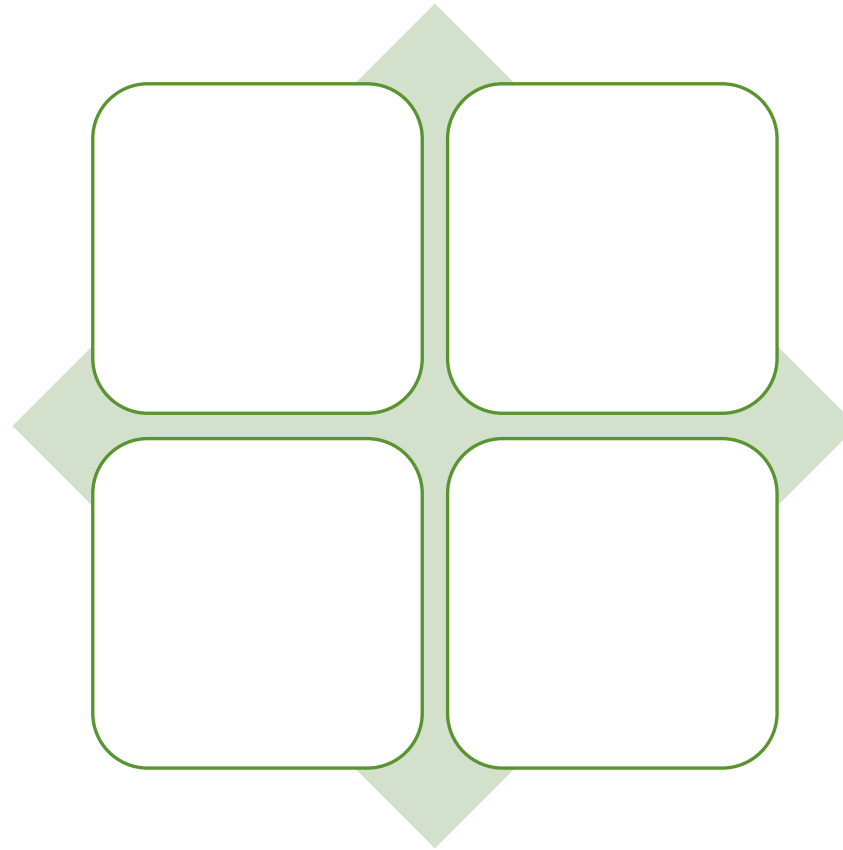
Нестабильность качества пользовательского контента (спам и ложные аккаунты)

Частые обновления пользовательской модели и функционала

Оптимизация распределённого хранения и обработки

Появление новых бизнес-задач, требующих срочного решения

Потребности анализа соцсетей



Социальный граф

оффлайн эра

Метод: интервью

Формат: связи и несколько атрибутов (имя, возраст, профессия)

Результат: небольшие разрозненные графы

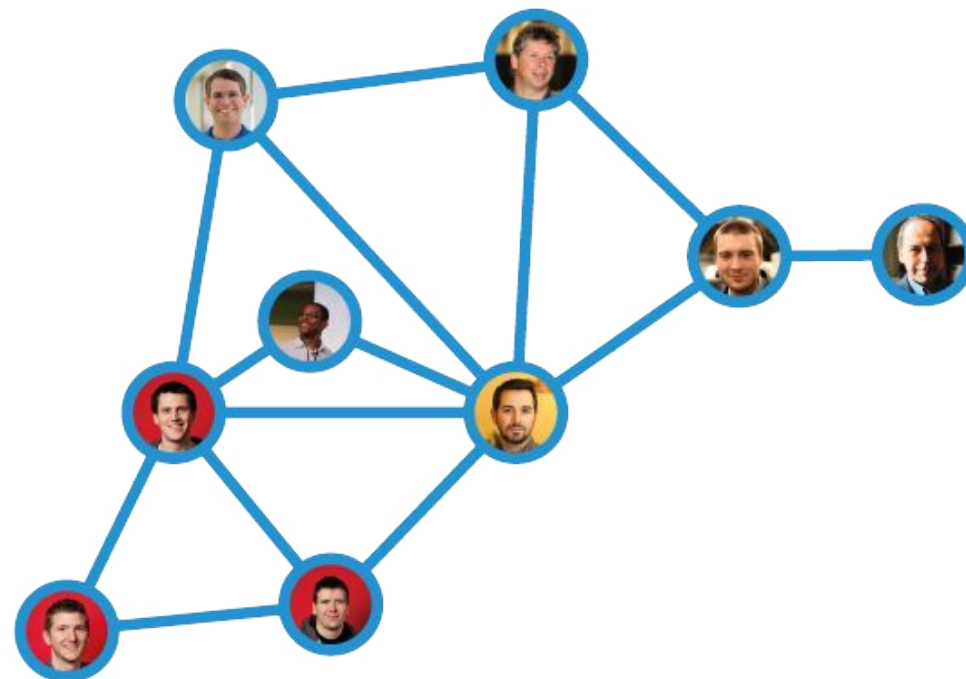


Социальный граф

1990-2000 гг.

Базовая персонализация и функциональность

- ❖ пользовательские профили
- ❖ ненаправленные связи с семантикой дружбы
- ❖ личные сообщения
- ❖ обмен информацией



Социальный граф

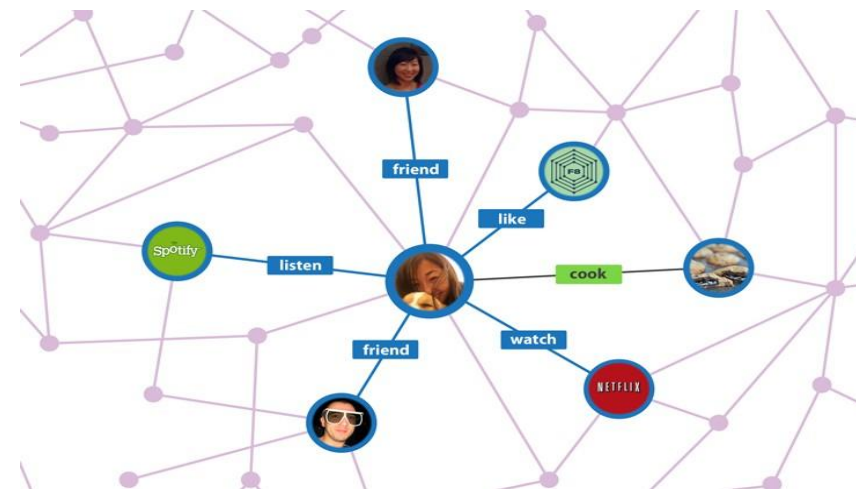
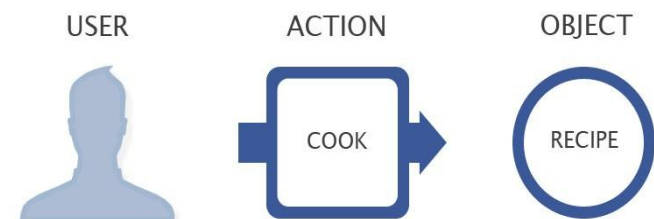
современное состояние

Новые типы узлов

1. *контент* : рисунки, видео, музыка, геолокации, хэштеги, внешние URL
2. *сообщества, определяемые пользователями*: списки, группы

Новые типы рёбер

- *направленные парасоциальные связи*: фолловеры, фанаты, подписчики
- *ориентация на контент* : репосты, комментарии, избранное, "мне нравится"
- *логи активности*: посещения страницы, просмотры видео, прослушивания музыкального трека



Особенности социальных данных

Источники данных

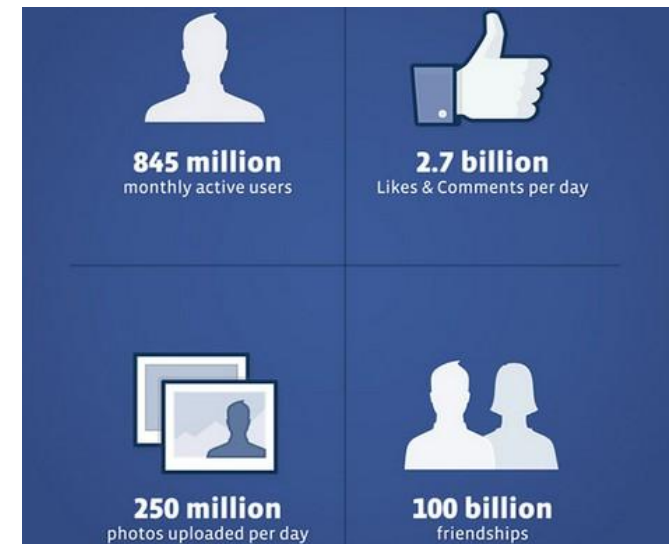
Слабо-структурированные источники реального времени

Размер данных

Миллионы объектов с миллиардами связей

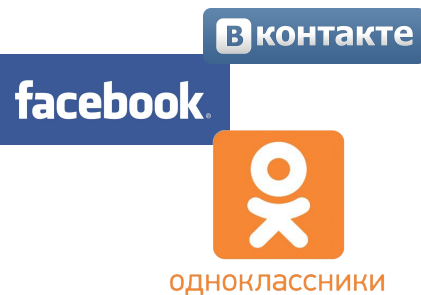
Модель данных

Мультиграф из всех объектов и связей между ними



Классификация сетей

Сети общего назначения



Контентные сети



Нишевые сети



другие



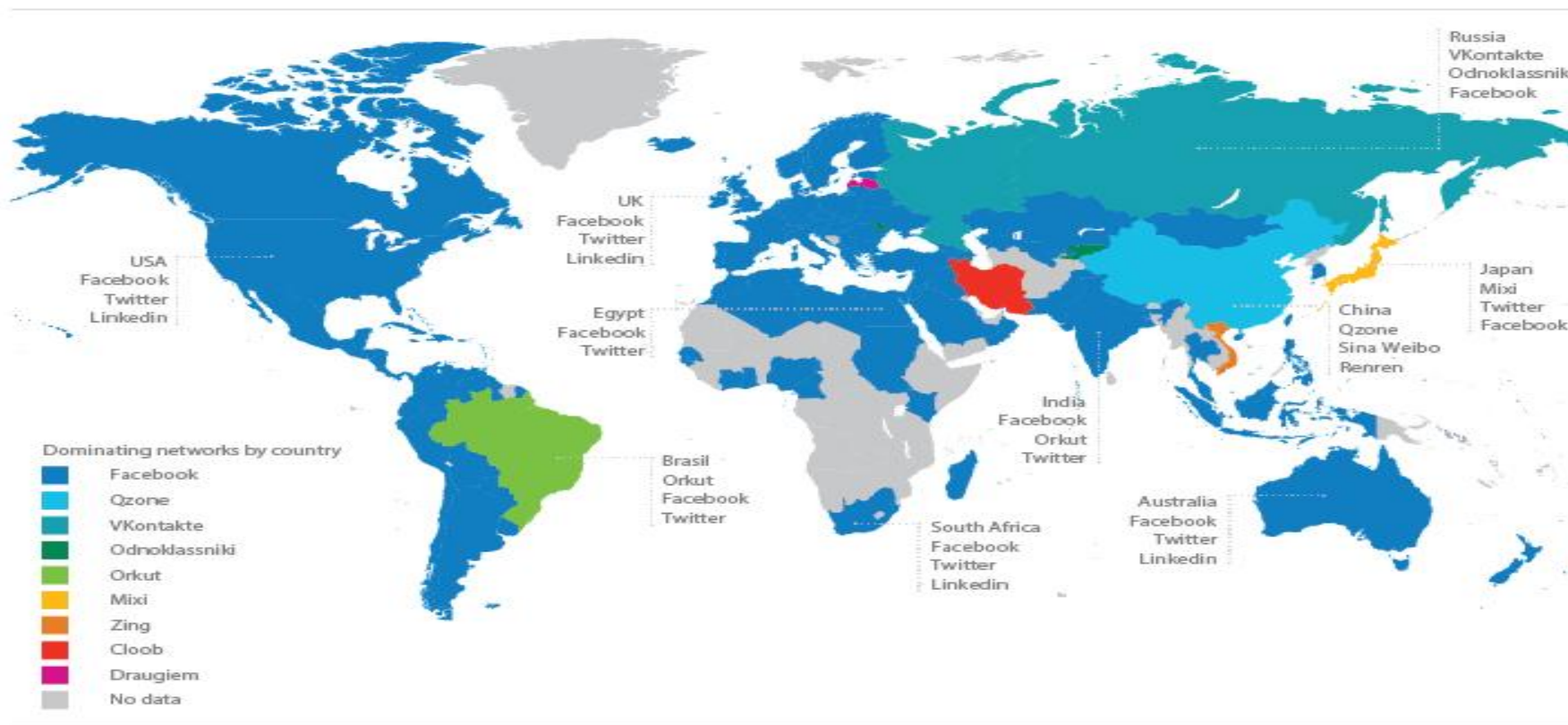
Классификация сетей

Во всем мире множество сетей различных направлений



Карта социальных сетей

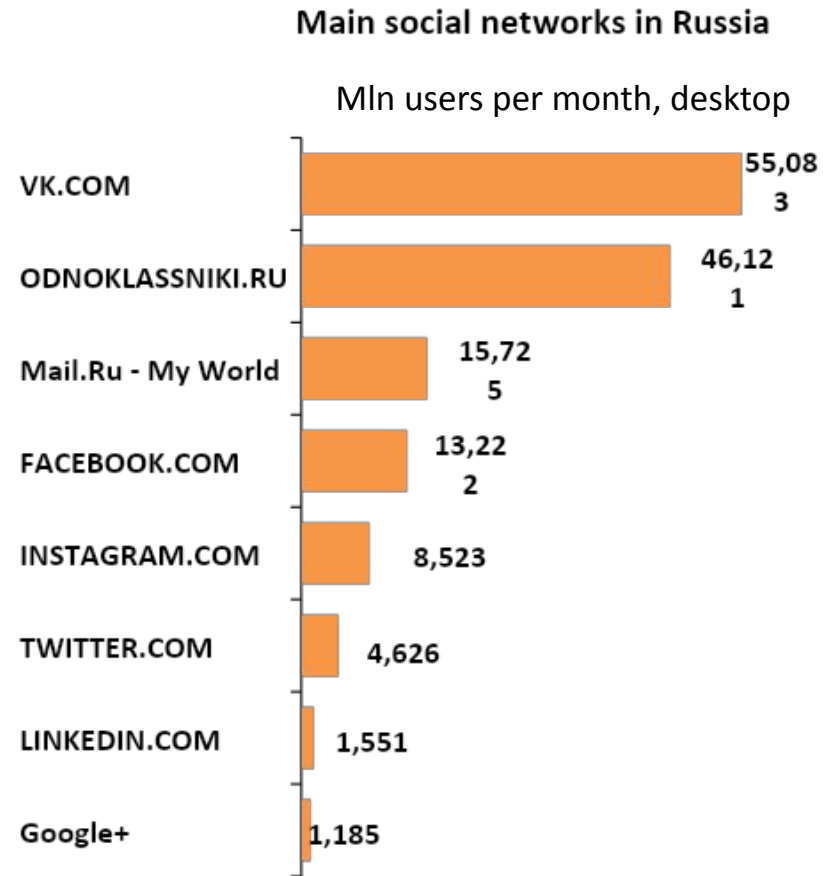
Leading social media networks according to country



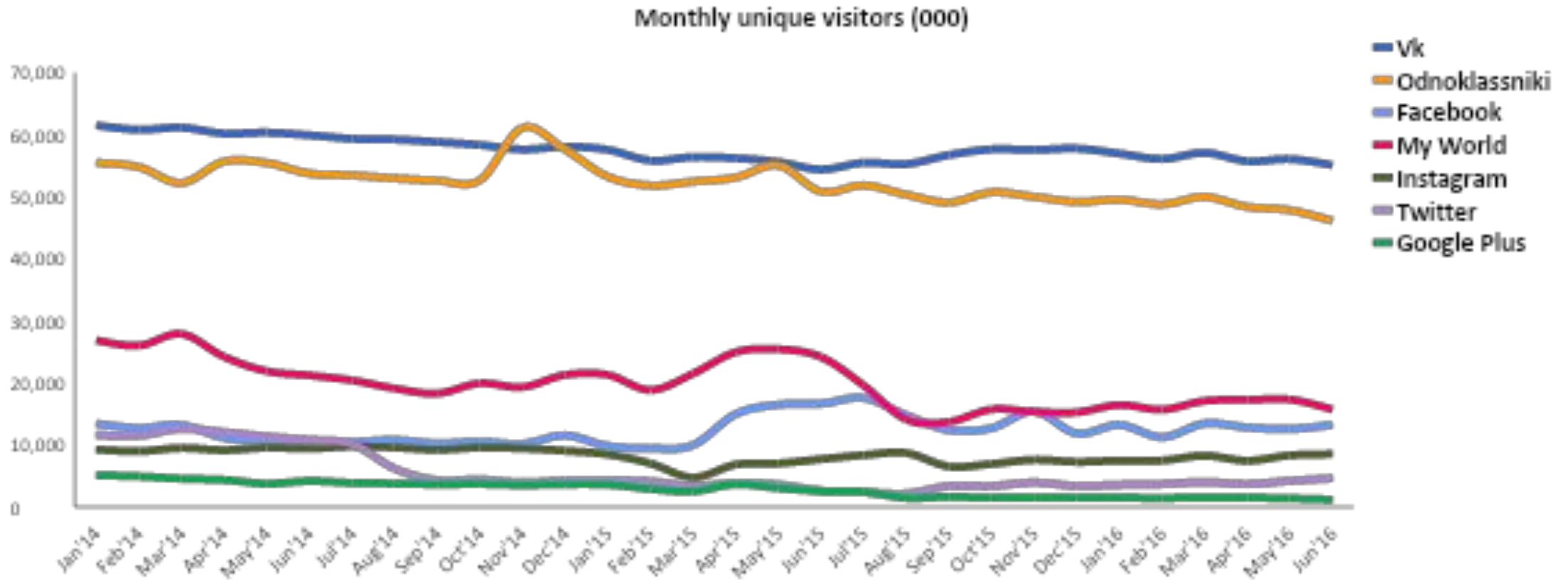


В России

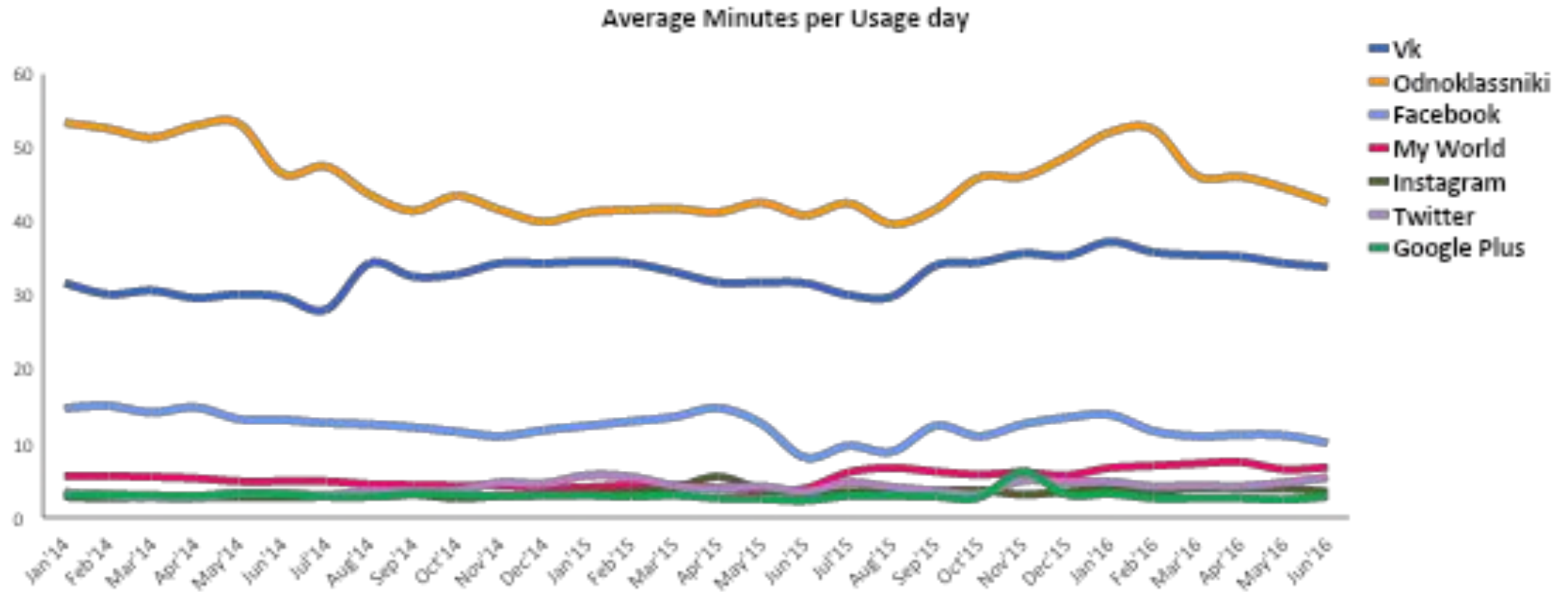
Vkontakte is the largest social network



DESKTOP REACH OF SOCIAL NETWORKS IS DECLINING WHILE THE SHARE OF CONNECTION VIA MOBILE IS GROWING



TWITTER (+56%) AND INSTAGRAM (+26%) HAVE SHOWN THE HIGHEST INCREASE COMPARED TO JANUARY 2014



VKONTAKTE IS LEADING BY THE NUMBER OF ACTIVE AUTHORS AND MESSAGES

Number of active authors and messages in Social Networks

Social Network	Number of authors	Number of messages
Vkontakte	14 590 794	263 045 608
Instagram	3 918 997	52 632 420
Facebook	1 349 076	52 009 336
Twitter	829 127	75 075 220
My World	175 482	2 626 839

RUSSIAN SOCIAL NETWORKS HAVE DIFFERENT CORE AUDIENCES

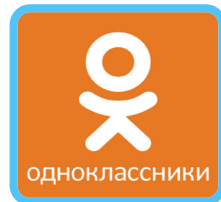


КОНТАКТЕ

core



20-35 BC



ОДНОКЛАССНИКИ

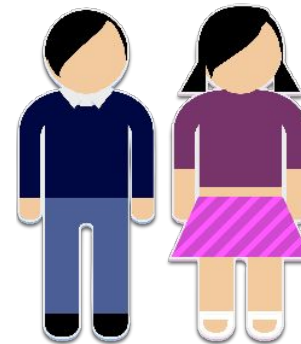
core



25-54 AB



core



25-35 BC



core



16-25 BC

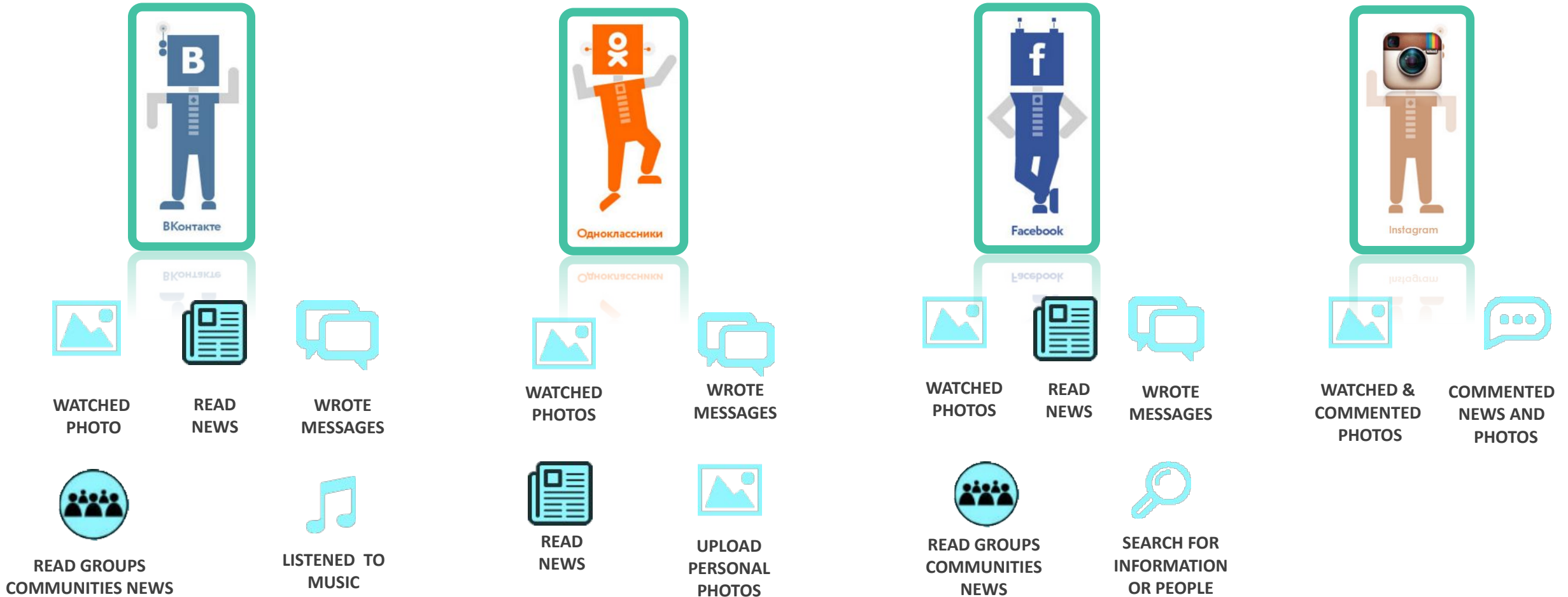
Active media content consumers.
Check updates in VK several times
per day

Use SN mostly for staying
connected with friends and
relatives

Mostly from capital cities,
have active lifestyle and upper
income

Mostly from Moscow
and Central region,
have active lifestyle

TOP ACTIVITIES IN SOCIAL NETS ALSO DIFFER



Инструменты анализа

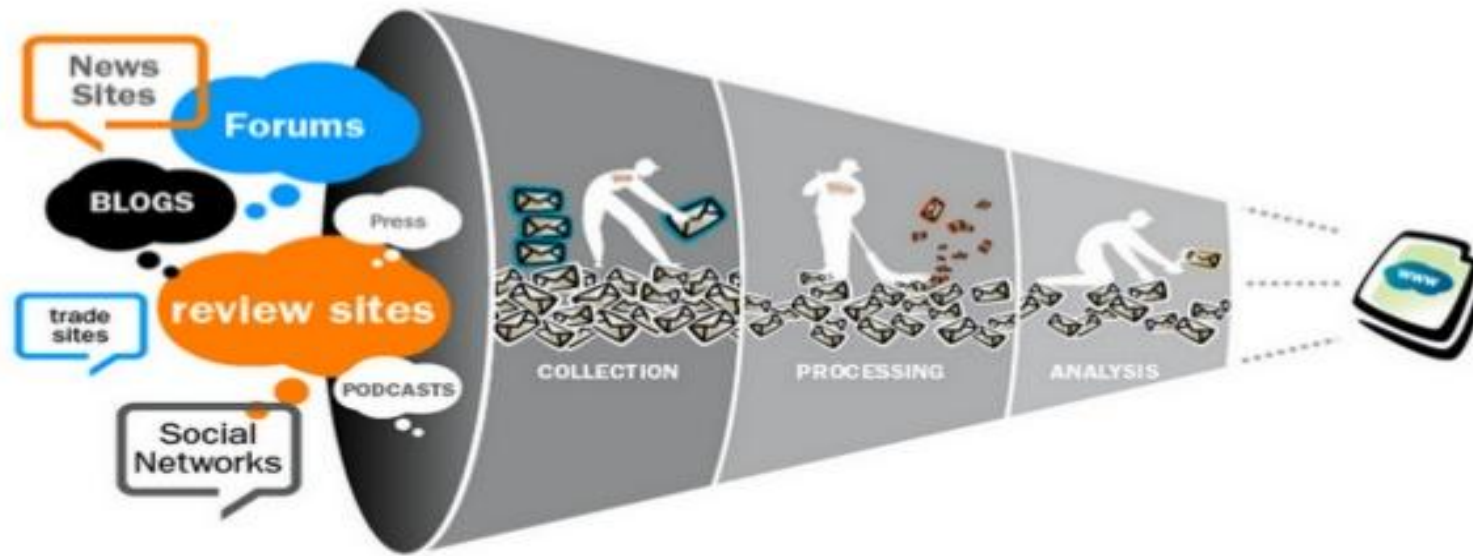


Social Listening

Social listening - это процесс отслеживания разговоров вокруг кого-либо события или бренда.



Как работает **Social Listening**?



Сбор информации

- Настройка сервиса и поискового запроса

Обработка

- Очистка от нерелевантных сообщений
- Разбивка сообщений по тематикам, категориям

Анализ

- Обзор ключевых показателей
- Анализ источников
- Анализ тематик
- Анализ тональности
- Выводы и рекомендации

Сервисы Social Listening



- инструмент для мониторинга русскоязычных социальных медиа
- отслеживает упоминания в блогах, форумах и социальных сетях ВКонтакте, Twitter и YouTube, а также представляет результаты мониторинга в аналитическом интерфейсе с функциями командной работы



- российский инструмент для маркетологов, PR и SMM.
- занимается мониторингом и обрабатывает информацию из Facebook, Twitter, ВКонтакте, LiveJournal, LiveInternet, Google +, YouTube, RuTube и множества других источников

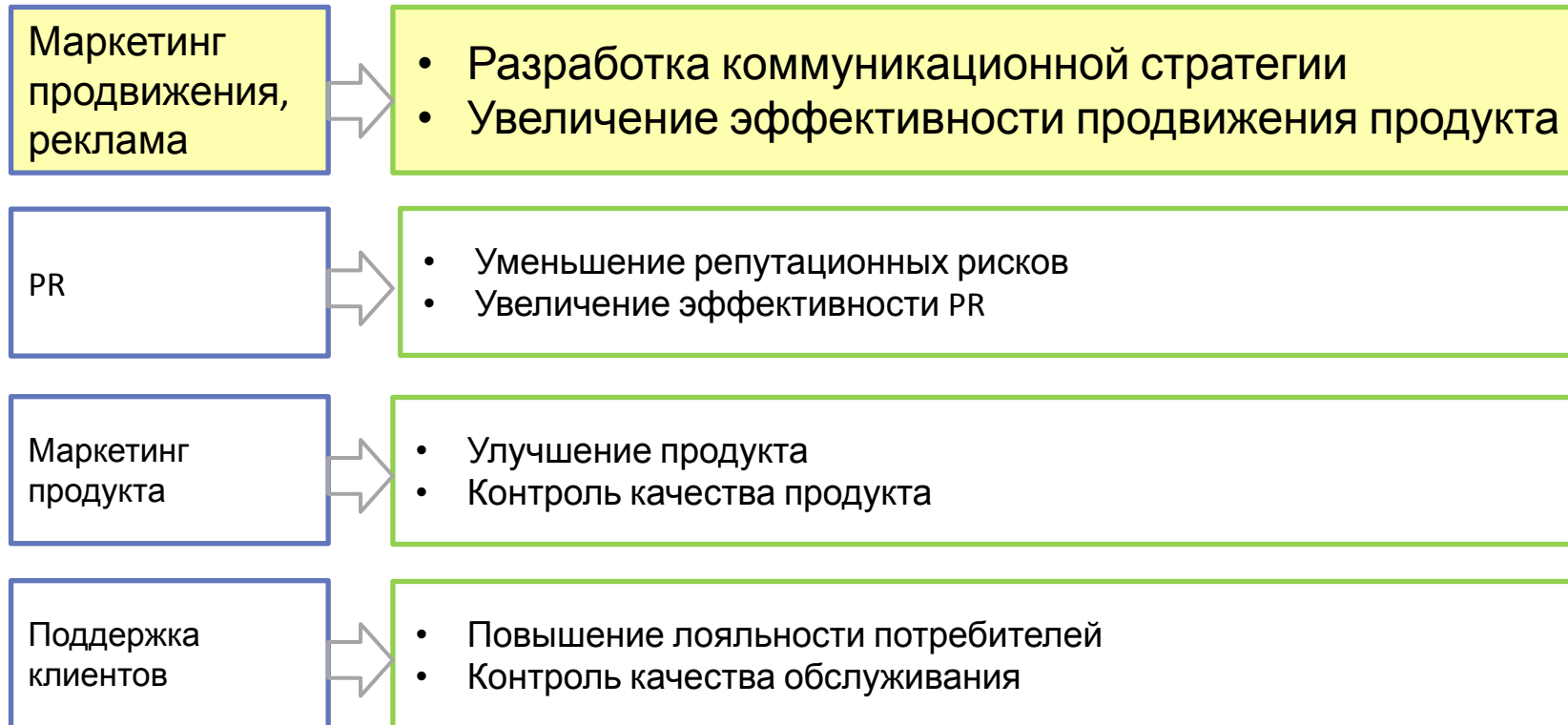


Мониторинг и анализ соцмедиа

Виды исследований для повышения
эффективности продвижения бренда

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МОНИТОРИНГА И АНАЛИЗА СОЦМЕДИА

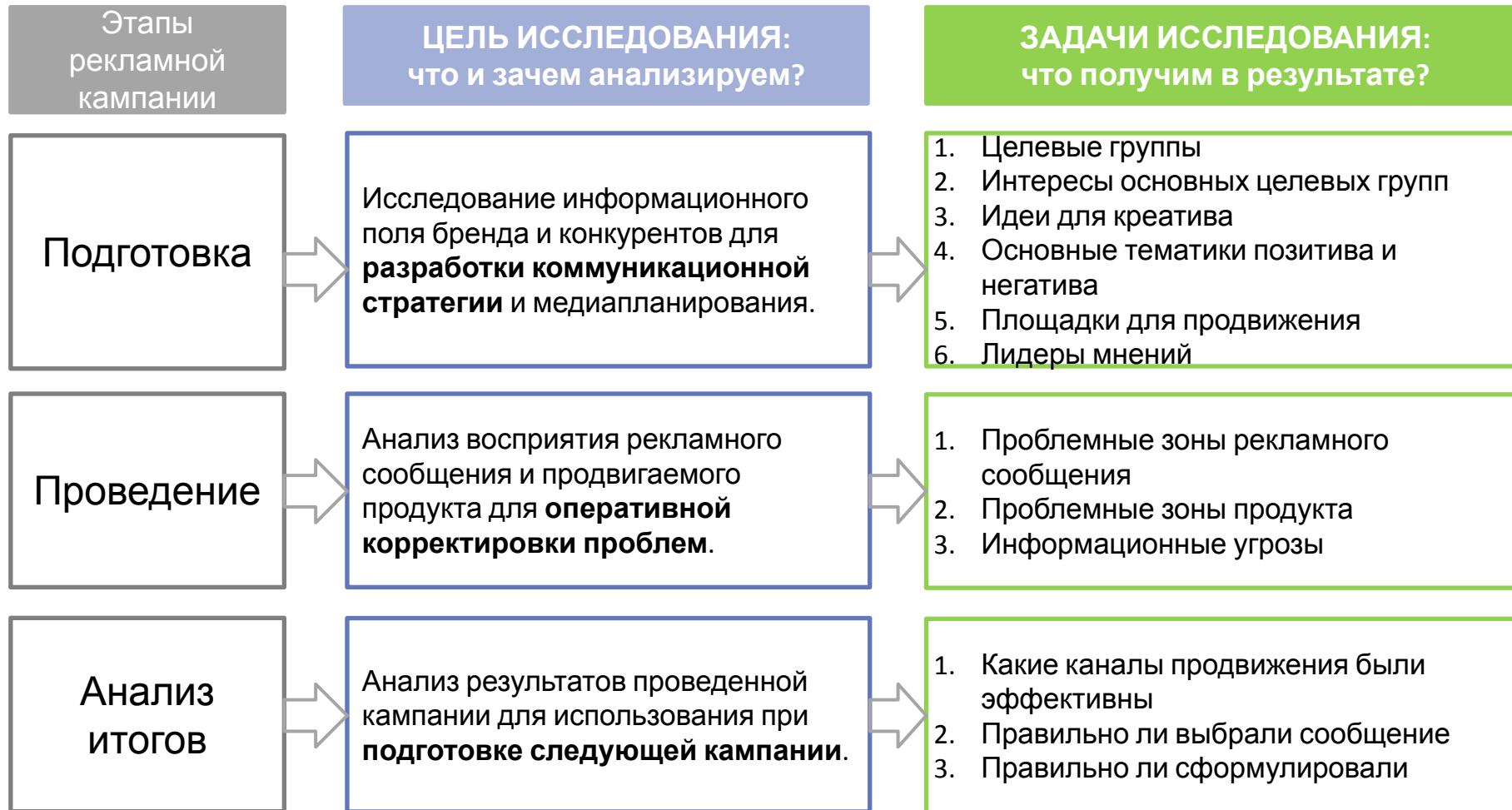
Мониторинг и анализ упоминаний бренда в социальных медиа решает множество задач для разных подразделений компании:



Для каждого из направлений - свои цели, задачи, метрики и способы проведения исследований.

Далее рассмотрим подробно **виды исследований** соцмедиа для повышения эффективности **продвижения продукта**

ПРОДВИЖЕНИЕ: ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ АНАЛИЗА СОЦМЕДИА



Social Listening

КЕЙСЫ  Brand Analytics

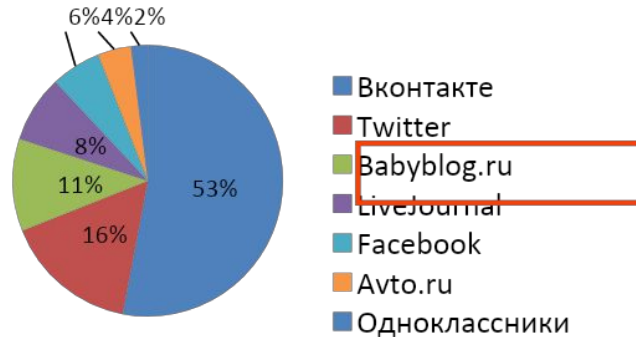
Кейс 1: Выявление новых групп целевой аудитории

Бренд

Результат
исследования

Производитель краски для стен

Выявлена ЦА, оставленная без внимания бренда: молодые мамы, планирующие делать ремонт. Выявлены основные темы обсуждений продукта и критерии выбора.



КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКТА для ЦА

- безопасность для детей,
- токсичность краски,
- время высыхания,
- запах.

Применение

Стартовала рекламная кампания, ориентированная именно на эту группу ЦА. На упаковке продукта добавлены характеристики, важные для ЦА.

Синий для мальчиков? Подумайте хорошо.

Раньше считалось, что синий цвет для девочек, а розовый — для мальчиков. Что изменилось?

[Подробнее](#)

Особые характеристики

- ✓ для ОБОЕВ ЛЮБОГО ТИПА
- ✓ ПОЧТИ БЕЗ ЗАПАХА
- ✋ УСТОЙЧИВА К МЫТЬЮ
- 🕒 БЫСТРОЕ ВЫСЫХАНИЕ

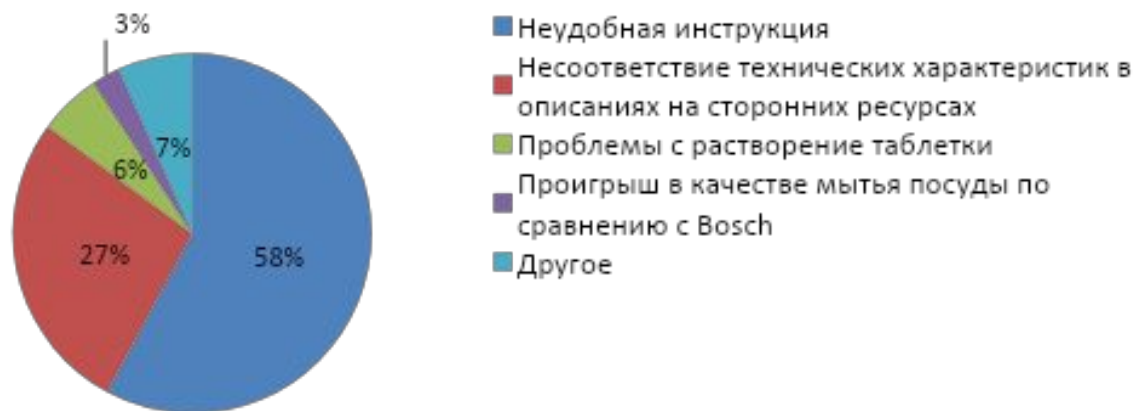
Кейс 2: Выявление причин, удерживающих от покупки

Бренд

Результат
исследования

Производитель посудомоечных машин

Выявлены основные тематики негатива по отношению к бренду:



Применение

Проблемы, которые относятся к области коммуникаций (инструкция, описания у дилеров), были скорректированы до старта рекламной кампании, что позволило сделать продвижение более успешным.

Кейс 3: Исследование для вывода на рынок нового продукта

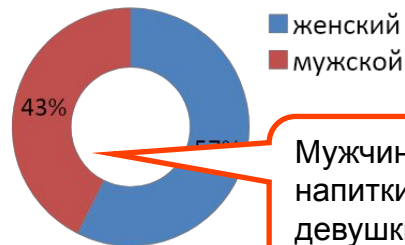
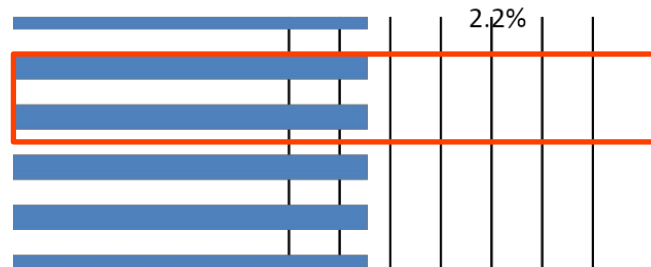
Бренд

Результат исследования

Новый низкокалорийный газированный напиток

Выявлены целевые группы, заинтересованные данным типом напитков. Выявлены основные тематики обсуждений продукта. Подробно проанализирована основная проблема – плохая репутация некоторых подсластителей, выявлен наиболее удачный вариант для России.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

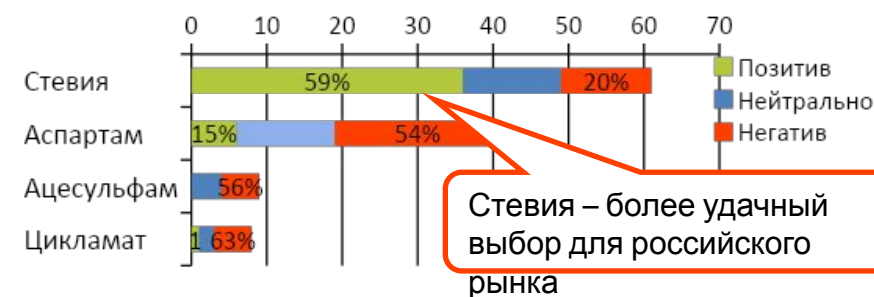


Мужчины любят такие напитки не меньше, чем девушки

ОСНОВНЫЕ ТЕМАТИКИ ОБСУЖДЕНИЙ



Возможная угроза при выводе продукта на рынок



Стевия – более удачный выбор для российского рынка

Применение

Изменен состав напитка – выбран другой подсластитель, имеющий более хорошую репутацию у российских потребителей, чем первоначальный.

Изменена целевая аудитория - для продвижения на российском рынке выбрана более взрослая аудитория (2 – 35 лет), чем на европейских рынках (15 – 20 лет), и большее внимание уделено мужчинам.

Кейс 4: Анализ конкурентной среды для продвижения бренда

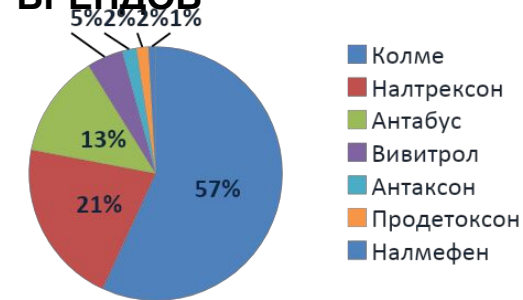
Бренд

Результат исследования

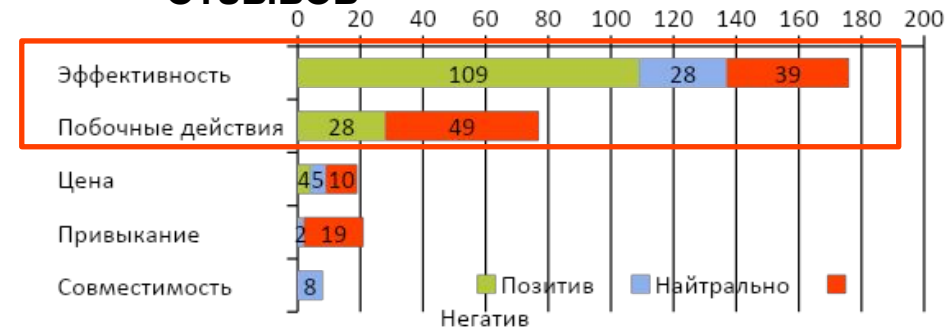
Препарат от алкогольной зависимости

Выявлены наиболее популярные препараты в данной товарной категории среди россиян. Выявлена целевая аудитория, основные сценарии применения и ключевые темы обсуждений.

ПОПУЛЯРНОСТЬ БРЕНДОВ



ТЕМАТИКИ СОДЕРЖАТЕЛЬНЫХ ОТЗЫВОВ



ЛОЯЛЬНОСТЬ АУДИТОРИИ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



Применение

Результаты исследования использовались для корректировки позиционирования бренда на российском рынке.

Кейс 5: Анализ начала продаж нового продукта

Бренд

Результат
исследования

Новая модель смартфона

Ежедневно отслеживались оценочные отзывы пользователей по характеристикам продукта, а также по любым параметрам, которые оказались важными для пользователей. Проведено сравнение оценок продукта с брендами конкурентов.

ОЦЕНОЧНЫЕ ОТЗЫВЫ О ПРОДУКТЕ



Одна из ключевых «фишек» смартфона не была в должной мере замечена пользователями

ОЦЕНКА В СРАВНЕНИИ С КОНКУРЕНТАМИ



Усиливаем коммуникациями

Корректируем коммуникациями

Позитив в сравнении с основным конкурентом:

Камера в условиях недостатка освещения, водозащита, постоянный прогресс

Применение

Было инициировано независимое тестирование производительности процессора бренда, а также его сравнение с другими моделями. Публикация результатов усилила внимание аудитории к этой характеристике и количество позитивных отзывов.

Основные позитивные моменты, отмеченные пользователями, активнее использовались в продвижении продукта.

Кейс 6: Анализ каналов продвижения

Бренд

Результат
исследования

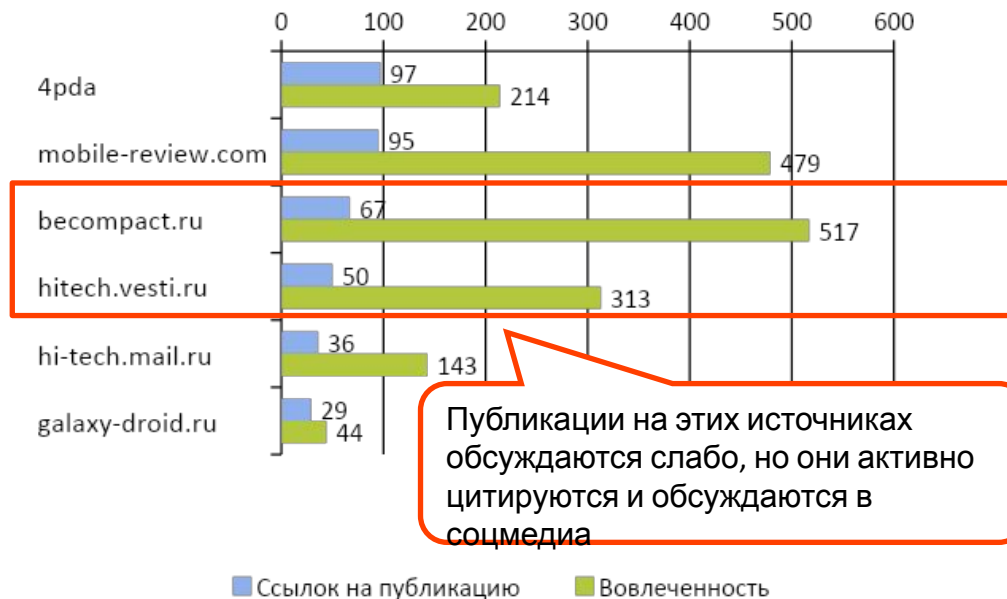
Новая модель смартфона

Выявлены тематические площадки с наибольшей активностью обсуждений бренда. Выявлены публикации, которые наиболее активно цитируют и обсуждают в соцмедиа.

АТИВНОСТЬ ОБСУЖДЕНИЙ НА ИСТОЧНИКАХ

#	Источник	Сообщений
1	twitter.com	28873
2	vk.com	15447
3	4pda.ru	11804
4	facebook.com	4376
5	instagram.com	3155
6	mobile-review.com	1647
7	hi-tech.mail.ru	1361
8	youtube.com	1294
9	plus.google.com	1255
10	livejournal.com	258
11	sotovik.ru	132
12	pcnews.ru	122
13	macdigger.ru	120
14	forum.ixbt.com	113
15	galaxy-droid.ru	109

ЦИТИРУЕМОСТЬ ПУБЛИКАЦИЙ В СОЦМЕДИА



Применение



Наиболее эффективные площадки могут быть активнее использованы в следующей рекламной кампании.

Яндекс

Блоги

сервис, выполняющий поиск сообщений в блогах и соцсетях

Можно выбрать

Авторы
Регион
Тип записи
Сообщество
Хештег  
Период 1 месяц

Расширенный поиск [простой поиск](#)

Текст запроса

Где искать

URL или имя соцсети Исключить URL из поиска

Все записи

в регионе

Что искать

Записи содержат ссылки

Кто автор

От автора


Когда

от до






GUERLAIN

 Катюш, спасибо за советы! С красными помадами я так и де...
Комментарий Алиса Моисеева ▾ 2 часа назад
Хотя у меня две любимые красные - MAC и Guerlain они хорошо наносятся и стойкие!
...

 Друзья!!! Хорошие новости 😊 С 3 по 11 февраля в ИЛЬ ДЕ ...
vk.com/wall-104044737_90 > Сообщество Иль Де Ботэ Челябинск пр.Лени... ▾
3 часа назад
Друзья!!! Хорошие новости 😊 С 3 по 11 февраля в ИЛЬ ДЕ БОТЭ скидка 30% на средства для макияжа 🍷 Сегодня, макияж стал не просто ежедневным ритуалом. Макияж является...
...

NUROFEN

 Позаботьтесь о себе вместе с Nurofen - что делать для сниж...
Александр Бобров ▾ 26 января 2017, 15:46
Позаботьтесь о себе вместе с Nurofen - что делать для снижения риска возникновения ...
...

 Ученые: В борьбе с депрессией помогут нурофен и аспирин ...
Татьяна Иванова ▾ 26 января 2017, 12:35
Ученые: В борьбе с депрессией помогут нурофен и аспирин
<https://www.belnovosti.by/krasota-i-zdorove/uchenye-v-borbe-s-depressiey-pomogut-nurofen-i-aspirin>.
...

Google Alerts

инструмент, позволяющий настраивать оповещения о новых публикациях

Можно выбрать

Частота отправки
Источники
Язык
Страна
Количество

Оповещения
Следите за всем новым и интересным в Интернете

Q Kenzo X

Частота отправки	По мере появления результатов ▾
Источники	Блоги ▾
Язык	русский ▾
Страна	все страны ▾
Количество	Все результаты ▾
Доставка	▾

Сохранить Скрыть ▲

Коллаборация **Kenzo** x H&M – очень много цвета
Nordic Design
Все вещи коллекции **Kenzo** x H&M выполнены в эстетике основателя французского модного дома Кэндзо Такады. Если говорить о влиянии на ...

Kenzo и люстры
belik - LiveJournal
Спайк Джонс снял совершенно чудовой ролик для нового аромата **Kenzo**. Реально, аж захотелось эти духи купить - если после них так ...

Реклама духов **KENZO** World
TJournal
Реклама духов **KENZO** World. В ролике используется трек американского диджея Сэма Шлигеля «Mutant Brain», созданный совместно с Аре ...

KENZO



dashboard, позволяющий получить информацию о количестве сообщений в социальных медиа и СМИ

Можно выбрать

Соцсети

Видео

Блоги

Форумы

Отзывы

Новости



Источник	Сегодня	Вчера	30 дней
Форумы	169 496	641 370	18 213 220
1. otvet.mail.ru	16 706	174 293	5 359 590
2. drom.ru	8 447	21 531	600 308
3. babyblog.ru	6 897	8 545	298 963
4. baby.ru	6 614	34 449	947 915
5. nn.ru	5 806	15 740	457 728
Ещё 1041			
Отзывы	124 203	472 491	6 628 846
1. booking.com	87 675	372 384	3 991 966
2. play.google.com	24 228	54 139	785 258
3. otzovik.com	6 147	21 898	618 347
4. irecommend.ru	1 143	7 194	190 992
5. apple.com	839	4 239	60 974
Ещё 223			



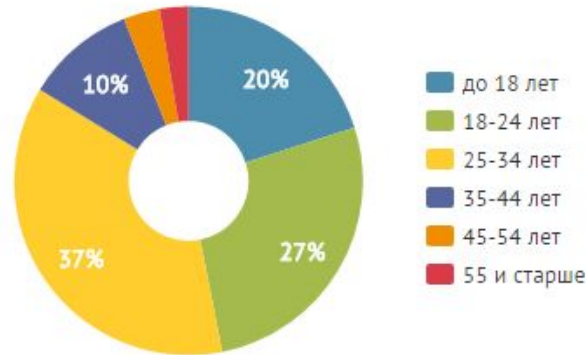
dashboard, позволяющий посмотреть демографический профиль пользователей соцсетей



Можно выбрать

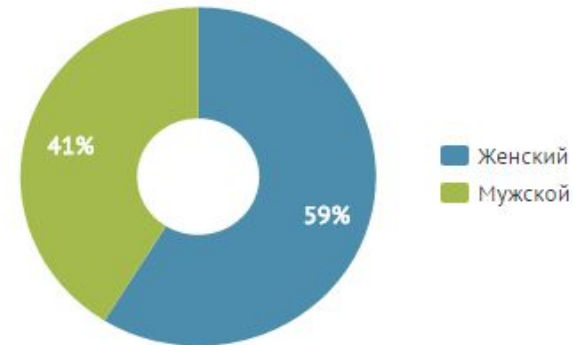
Соцсеть
Период
Страна

возраст



авторов с возрастом: 31%

пол



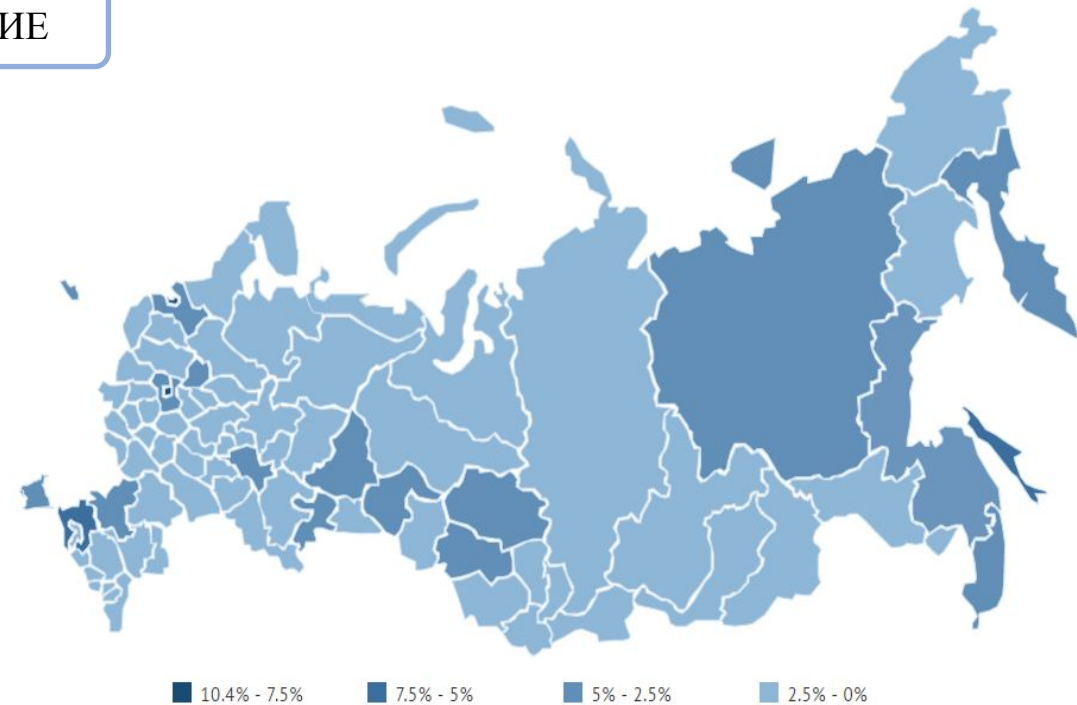
авторов с полом: 72%



dashboard для сравнения пользователей соцсетей по регионам



РЕГИОН	АВТОРОВ	НАСЕЛЕНИЕ	ПРОНИКНОВЕНИЕ
Всего по России	4 588 107	145 689 500	3.15 %
Москва	1 027 630	11 979 500	8.58 %
Санкт-Петербург	521 556	5 028 000	10.37 %
Московская область	298 740	7 048 100	4.24 %
Краснодарский край	290 066	5 330 200	5.44 %
Ростовская область	128 958	4 254 600	3.03 %





dashboard, позволяющий посмотреть статистику упоминаний медиаперсон

Можно настроить

Источник
Период

Статистика

Упоминания



№	Персона	Упоминаний	+/-	№	Персона	Упоминаний	+/-
1	+1 Дональд Трамп	298 829	+196 809	1	Владимир Путин	3 258 800	-576 286
2	-1 Владимир Путин	248 986	-18 353	2	+4 Дональд Трамп	1 271 712	+787 734
3	Петр Порошенко	119 214	+38 263	3	+1 Петр Порошенко	1 031 367	+217 155
4	Барак Обама	113 364	+35 231	4	-1 Барак Обама	950 980	+115 577
5	Дмитрий Медведев	53 936	+10 309	5	Иосиф Сталин	495 151	-117 236



dashboard для просмотра информации о рейтинге авторов и групп в соцсетях



Можно выбрать

Соцсеть
Тип страницы
Период

Статистика

Аудитория
Комментарии
Лайки
Репосты

Engagement
Rate

№	Имя автора	Профиль автора	Аудитория	Коммент.	Лайки	Репосты	ER
1.	Dolce & Gabbana	https://www.facebook.com/DolceGabbana/	10 885 511	5 084	263 503	28 942	297 529
2.	Amma	https://www.facebook.com/MataAmritanandamayi/	8 777 703	4 399	259 520	17 791	281 710
3.	Skyscanner	https://www.facebook.com/SkyscannerRussia/	8 874 853	1 964	178 729	8 675	189 368
4.	China.org.cn	https://www.facebook.com/ChinaorgcnRussian/	7 927 513	2 013	33 972	21 011	56 996
5.	homify	https://www.facebook.com/homify.ru/	9 021 288	553	38 582	8 533	47 668
6.	CCTV	https://www.facebook.com/cctvrussian/	40 484 013	1 199	22 111	16 210	39 520
7.	Nikon	https://www.facebook.com/nikonrussia/	12 142 835	1 365	30 907	3 332	35 604
8.	Eurosport	https://www.facebook.com/EurosportRU/	8 193 505	1 815	28 127	2 567	32 509
9.	Nissan	https://www.facebook.com/nissanrussia/	17 220 188	1 009	21 428	773	23 210
10.	Jaguar	https://www.facebook.com/JaguarRussia/	15 722 642	147	18 044	636	18 827

Спасиб

о